

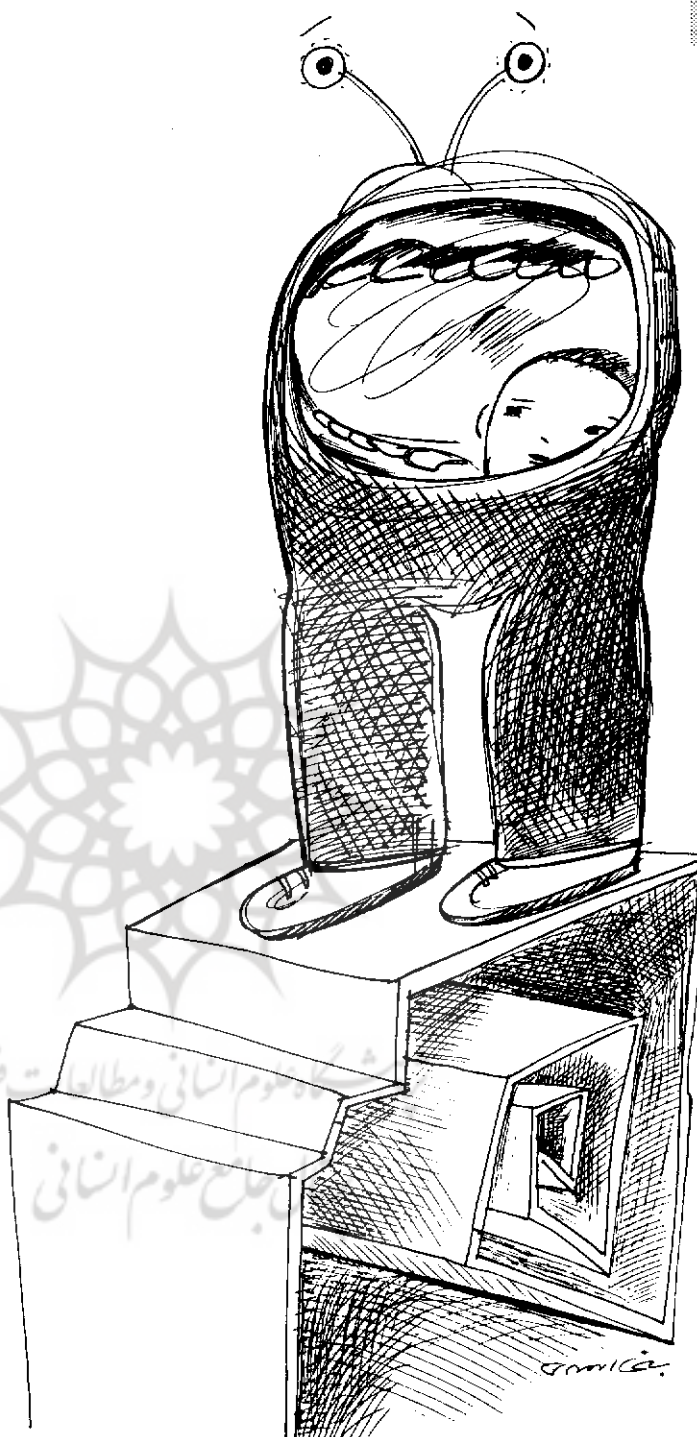


اشاره:

با عنایت به روند تحولات در حوزه روابط و مناسبات بین‌الملل در سال‌های اخیر و به ویژه پس از واقعه ۱۱ سپتامبر و با توجه به ضرورت پرداختن به مسائل خطیری همچون جهانی شدن، منطقه‌گرایی، یکپارچگی، غربی شدن، تهاجم فرهنگی و هویت، در پی بروز وقایع ذکر شده، مقاله «رسانه‌ها و هویت دستخوش تغییر جوانان» می‌کوشد به مسأله هویت به ویژه در میان جوانان بپردازد.

۱. مسأله چیست؟

رشد چشمگیر فن‌آوری ارتباطی و اطلاعاتی در دهه‌های اخیر بر آرایش فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جهان تأثیرهای گسترده‌ای داشته است. بروز گسستگی در نظم‌ها و نظام‌های پیشین و پیدایش روندها و گفتمان‌های گوناگون فرهنگی و اجتماعی حاصل مستقیم این دگرگونی است. فرهنگ که به نوعی تجلی محتوای شبکه مناسبات اجتماعی است بیشتر از این تحولات تأثیر می‌پذیرد. رسانه‌های جمعی و فن‌آوری‌های ارتباطی با سرعت، سهولت و گستردگی روزافزون رهاوردها، رهیافته‌ها، رمزها و نشانه‌های فرهنگی متفاوت را در سراسر جهان منتشر می‌سازند. این رمزها وقتی که در متن فرهنگی دیگر گشوده می‌شوند، غالباً آشفتگی و بحران در هویت فرهنگی اقوام و ملل را به همراه دارند. فرایندی که با تعبیری نظیر جهانی‌گرایی (Globalization)، یکپارچگی (Universalism)، تهاجم فرهنگی (Cultural assault)، غربی شدن (McDonaldization) و آمریکایی شدن



رسانه‌ها، و هویت دستخوش تغییر جوانان*

دکترهای خانیکی

فرهنگی (Americanization of Culture) در جهان امروز توصیف شده است.

به یقین این روندهای فرهنگی، تنها روندهای غالب این زمانه نیستند، بلکه در برابر آنها، گرایش به احیا و بروز هویت‌های دینی، ملی، قومی، زبانی و جنسی نیز قابل مشاهده است. معنویت و دین اکنون به صورت واقعیتی زنده و مؤثر منشأ برخی از تحولات بزرگ عصر ما شده است. انقلاب و معنویت به یکدیگر پیوند خورده‌اند (فوکو- ۱۳۷۷) ملت‌ها و اقوام گوناگونی پوسته مناسبات کهن را درهم شکسته و در پی کسب استقلال و آزادی گام برداشته‌اند. هویت‌یابی زنان و جوانان در اغلب جوامع صورت معنی‌داری به خویش گرفته است. روشن است که در چنین فرایندی پرسش از آینده فرهنگی جامعه و جهان، فرجام این روندهای متفاوت و متعارض و معنای «هویت فرهنگی» در دنیای ارتباطات دائماً دستخوش تغییر «نه صرفاً» دغدغه‌ای عالمانه بلکه مسأله‌ای جدی و حیاتی است. به راستی چگونه می‌توان هویت دینی و ملی نسل‌هایی را که در معرض ارتباطات گوناگون و تحولات گسترده هستند تعریف کرد و نقش رسانه‌های جمعی در روند این دگرگونی‌ها تا چه حد است؟

۲. مفهوم «هویت»

گفت‌وگو درباره چگونگی ماهیت و ابعاد آن بیشتر دغدغه جامعه و انسان در حال گذار است. در جوامع سنتی، هویت مسأله تازه‌ای نیست. سرشت و سرنوشت آدمی تا حدود زیادی ثابت، استوار و قابل پیش‌بینی است. هویت او برآمده از یک نظام مقتدر «سنت راهبردی» و باورهای ثابت آیینی و اسطوره‌ای است. انسان در نظام نمادینی جای دارد که هم شناخته شده و هم روشنگر و گشاینده

■ **رشد چشمگیر فن‌آوری ارتباطی و اطلاعاتی در دهه‌های اخیر بر آرایش فرهنگی، اجتماعی و سیاسی جهان تأثیرهای گسترده‌ای داشته است.**

■ **رسانه‌های جمعی و فن‌آوری‌های ارتباطی با سرعت، سهولت و گستردگی روزافزون رهاوردها، رهیافت‌ها، رمزها و نشانه‌های فرهنگی متفاوت را در سراسر جهان منتشر می‌سازند.**

امکانات و جهت‌گیری‌هاست. شخص به عنوان عضو یک کلان، یک قبیله، یک نظام خاص خویشاوندی و تعلق و گستره‌ای از زندگی یعنی در موقعیت‌های اجتماعی و فرهنگی کاملاً مشخص و تثبیت شده‌ای به دنیا می‌آید و به ندرت می‌تواند از سرنوشت محتوم خود یعنی از جایگاه پیشاپیش تعیین شده‌اش بگریزد و برای خود جایی تازه دست و پا کند. در این قبیل جوامع افراد قادر نیستند که به گونه‌ای بنیادین هویت خود را عوض کنند، از این رو بحران هویت هم معنا ندارد (احمدی، ۱۳۷۷، صص ۳۹ و ۴۰)، آری شکارچی است یا عضو قبیله، همین و بس (Kellner, 1992, p. 141).

از نگاهی جامعه‌شناسانه نیز هویت انسان در جوامع سنتی تعیین‌شدنی و مبتنی بر تاریخ گذشته است (Giddens, 1990, pp.37-38) امروز حکم می‌راند و در تداوم منطقی و قابل فهم گذشته «اکنون» و «آینده» پدید می‌آیند. در حقیقت مفهوم هویت مستقل از تجربه‌های فردی و جمعی شکل می‌گیرد. در جامعه در حال گذار برعکس امکان دگرگونی وجود دارد. کسی که در جامعه در حال گذار زندگی می‌کند، اگرچه ریشه در سنت‌ها دارد اما به شدت از زندگی جدید تأثیرپذیر است. در زندگی جدید مفهوم خود راهبری و دگرراهبری رواجی به مراتب بیشتر از سنت راهبری یافته است. «انسان مدرن به این دلیل

خوداندیش شد که نمی‌توانست هویت خود را همان هویت گذشته بپندارد» (احمدی، ۱۳۷۷، ص ۴۰). هویت در جامعه مدرن مفهومی مناقشه‌آمیز است چرا که جامعه و فرد مقوله‌هایی دستخوش دگرگونی‌های مدام و متکی بر موقعیت‌های تغییرناپذیر و پیش‌بینی ناپذیر تعریف می‌شوند. در درون یک فرد هویت‌های گوناگونی در حال معارضه هستند که او خود برگزیده و یا تابع آن شده است. هریک از این هویت‌ها دیگری را بی‌مرکز می‌کنند و تضادها نه تنها در جامعه بلکه در درون یک فرد نیز انعکاس می‌یابند. روشن است که در چنین فرایندی نمی‌توان کنش‌های فردی و خواست‌ها و اندیشه‌های فردی را براساس یکی از تعلق‌ها یا وابستگی‌های او شناخت چراکه کمتر هویت مسلط و تعیین‌کننده‌ای در شرایط گذار وجود دارد. در واقع اطلاع فرد از موقعیت‌ها و منافع خود وابسته به یک عنصر و امری کاملاً معلوم و معین نیست بلکه شناخت مقوله‌ای متغیر و شتابنده است، از این رو به دشواری در یک روایت می‌گنجد. مدرنیته به تعبیری فرایند پایان‌ناپذیری از گسستگی‌های درونی و قطعه قطعه شدن‌هاست (Harpney, D 1991, p. 12). شکل نامتمرکز است که شالوده و مفصل‌بندی معین و منظمی ندارد و براساس یک علت و قانون به وجود نمی‌آید (Laclau, 1990, p. 12) به این دلیل است که در روزگار مدرن هویت،

ناپایدار، چندگانه، ناروشن، شخصی و خاص تعریف می‌شود که جنبه تأویلی آن غلبه دارد (احمدی، ۱۳۷۷، ص ۴۱). این هويت نیز نظیر هويت سنتی ماهیت اجتماعی دارد اما وابسته به شرایط و روابطی است که متعارفاً کمتر پایدار هستند. قاعده‌ها و هنجارهای سازنده هويت مدرن به مراتب بیش از نظام ارزشی و هنجاری جامعه سنتی، دگرگونی‌های نظری و عملی می‌پذیرند، از

گوناگون اجتماعی شده است. مفهوم امروزی هويت هم به تلقی از «خود» متکسی است و هم به نوع نگرش به «دیگری»، مفهوم «خود» و «غیر» به شدت دستخوش تغییر هستند و طبیعتاً در آنجا که دامنه دگرگونی گسترده‌تر است مانند دنیای جوانان، تبیین رابطه میان این دو نیز دشوارتر است. هويت هم با هستی‌شناسی و مفهوم مشترک از زندگی و جهان و هم با رویکردی فردی و شخصی به جهان

■ معنویت و دین اکنون به صورت واقعیتی زنده و مؤثر منشأ برخی از تحولات بزرگ عصر ما شده است. انقلاب و معنویت به یکدیگر پیوند خورده‌اند.

■ از نگاهی جامعه‌شناسانه، هويت انسان در جوامع سنتی تعیین‌شدنی و مبتنی بر تاریخ گذشته است.

■ کسی که در جامعه در حال گذار زندگی می‌کند، اگرچه ریشه در سنت‌ها دارد اما به شدت از زندگی جدید تأثیرپذیر است.

این رو مرزهای هویتی جدید، دائماً تغییرپذیر است و هر کس با گزینش شیوه‌های تازه زندگی و افق‌های نو معرفتی در جست‌وجوی هویتی جدید برای خویش است. آنچه به عنوان بحران هويت در جامعه جدید مطرح شده است در حقیقت جزئی از فرایند دگرگونی‌هایی است که ساختارهای مرکزگرای جامعه را جابه‌جا کرده‌اند. هويت مدرن بر تغییر و تفاوت متکسی است، درگیر عدم پایداری‌هاست، اگر چه در جنبه ظاهری، خصلت فردی و شخصی دارد اما در واقع امری اجتماعی و وابسته به مناسبات بین‌الذاتانی است. در جریان کنش متقابل دائمی با جهان فرهنگی شکل می‌گیرد. «هويت اجتماعی» میان دنیای شخصی و دنیای اجتماعی ارتباط ایجاد می‌کند و در جریان هويت‌یابی‌های فرهنگی و تلاش برای ایجاد هماهنگی مفهوم «ما» شکل می‌گیرد. فرایند هويت‌یابی مدام پیچیده‌تر، متنوع‌تر و تأثیرپذیرتر از عوامل

مرتبط است، هويت ترکیبی از همبستگی و انفراد است (احمدی، ۱۳۷۷، ص ۸۱) با شناخت این مفهوم در جامعه جدید، دنیای دائماً در حال دگرگونی جوانان نیاز به اهتمام بیشتری دارد. بشر در حالی پا به قرن بیست‌ویکم می‌گذارد که سخن از «قدرت فرهنگ» و توسعه «فرهنگ‌مدار» است. در راهبردهای جدید توسعه فرهنگ‌مدار، چنان‌که در دستور کار بیسن‌المللی کنفرانس بین‌الدول سیاست‌های فرهنگی برای توسعه یونسکو نیز آمده است، انتخاب سرمشق مناسب فرهنگی در توسعه امروز، یک توصیه محض علمی و اخلاقی نیست، بلکه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای دوام و قوام جهان کنونی است. بدون تردید در کانون این توسعه فرهنگی توجه به مفهوم «هويت» جایگاه خاصی دارد و طبیعتاً مفهوم هويت در دنیای جوانان قابل تأویل و تفسیر بیشتری است. از جمله عواملی که در انتقال این معنا و ارائه این تأویل‌ها

نقش‌های مؤثری یافته‌اند، رسانه‌های جمعی هستند که به روند ارتباط و انتقال فرهنگی شتاب فزاینده‌ای می‌بخشند.

۳. رسانه‌های جمعی نقش‌های سازنده و مخرب

یکی از مهم‌ترین نقش‌های اجتماعی که رسانه‌های جمعی در جوامع در حال گذار به عهده دارند، چگونگی مشارکت آنها در فرایند توسعه ملی به‌طور عام و توسعه فرهنگی به‌طور خاص است. رسانه‌های جمعی می‌توانند به تناسب سیاست‌ها و راهبردهایی که در انطباق یا گسستگی با هدف‌های توسعه ملی انتخاب می‌کنند، به پایداری یا تغییر ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی کمک کنند. فرهنگ کار، فرهنگ مصرف، فرهنگ اوقات فراغت از این ارزش‌ها و هنجارها متأثر است و در جامعه‌هایی نظیر ایران که فراگرد توسعه به صورت فشرده و انباشته انجام می‌گیرد، ضریب این تأثیرپذیری بیشتر است. فرهنگ تراوش شده از رسانه‌های جمعی برخلاف فرهنگ نخبگان دارای ویژگی‌های ناهمگنی، ناپیوستگی و بی‌نظمی است و داده‌های ناپایدار، جزئی و پراکنده بیشتری در آن دخالت دارند، از این رو در قیاس با فرهنگ نخبگان که بیشتر متکی بر سنت یا آموزش‌های رسمی است، فرهنگ رسانه‌ای دامنه‌های گسترده‌تری از تغییرپذیری را طی می‌کند. نقش رسانه‌ها بر این اساس نقشی است که به ایجاد فرهنگی آشفته و منشوری که مرکب از عناصر فرهنگی گوناگون و متداخل از همه زمان‌ها و مکان‌هاست می‌انجامد. اما رسانه‌ها به تنهایی نه سرچشمه درد هستند و نه سرآغاز درمان. آنها همان‌گونه که می‌توانند قدرت ابتکار و خلاقیت را از جامعه در برابر تغییرات سریع و دم‌افزون اجتماعی و صنعتی سلب کنند، قادر هستند که به او تأمل درباره زمان را نیز

بیاموزند. پیوند میان گذشته و حال و آینده، پیوند عناصر مختلف درون فرهنگ، پیوند میان پاره‌فرهنگ‌ها، پیوند میان نسل‌ها و پیوند میان جامعه و جهان از جمله اموری هستند که در چارچوب نقش‌های رسانه‌ای دست‌یافتنی می‌باشند. یعنی رسانه‌ها همان‌گونه که می‌توانند با دامن‌زدن به نقش «آینده‌زدگی» و تسلیم در برابر جبر فن‌آوری مخاطبانی منفعل تربیت کنند، قدرت آن را دارند که با دعوت جامعه به بازشناسی و بازآفرینی فرهنگی و بازگشت به خویش مخاطبانی پویا و انتخابگر را پرورش دهند. به این ترتیب به رسانه‌ها باید با دو نقش سازنده و مخرب در فرایند پرورش فرهنگی و اجتماعی نگریست. نقش مخرب رسانه‌ها عمدتاً در شرایطی قابل مشاهده است که جامعه در روند توسعه‌ای ناموزون دچار از هم گسستگی می‌شود، ناپیوندی میان بخش‌های مختلف جامعه، از میان رفتن یا ضعف حلقه‌های واسطه و قطبی شدن جامعه، چند ساختاری شدن پایه‌های مشروعیت، چند پاره‌گی فرهنگی و بروز شکاف میان مدرنیسم و سنت، ضعف روند ادغام ملی، بحران هویت فردی و آشفتنگی، تعریف مفهوم «خود» و «غیر» را به وجود می‌آورد.

نقش سازنده رسانه‌ها در چارچوب بالا بردن ظرفیت‌های معنوی و مادی جامعه و رسیدن به سطوح جدیدی از نظم، پیچیدگی و نوآوری تعریف می‌شود. در جوامعی نظیر ایران که تحت‌تأثیر عوامل مؤثر فرهنگی و اجتماعی نظیر وقوع انقلاب اسلامی، و شکل‌گیری فرایندهای دموکراتیک نظیر انتخابات مختلف، گستره و عمق مشارکت عمومی تغییرات چشمگیری یافته و روند شهرنشینی، ارتباطات، ساخت جمعیتی و بافت آموزشی نیز دستخوش تحولات تازه‌ای شده است، رسانه‌ها نقش‌های تازه‌ای یافته‌اند، به ویژه آن که جامعه

- **هویت در جامعه مدرن مفهومی مناقشه‌آمیز است چرا که جامعه و فرد**
- **مقوله‌هایی دستخوش دگرگونی‌های مدام و متکی بر موقعیت‌های**
- **تغییرناپذیر و پیش‌بینی ناپذیر تعریف می‌شوند.**
- **قاعده‌ها و هنجارهای سازنده هویت مدرن به مراتب بیش از نظام**
- **ارزشی و هنجاری جامعه سنتی، دگرگونی‌های نظری و عملی**
- **می‌پذیرند، از این رو مرزهای هویتی جدید دائماً تغییرپذیر است.**

امروز ایران، جامعه‌ای «جوان» است. جامعه جوان بیشتر در پی کسب هویت است و هویت نمی‌تواند به صورت غیرپویا و ایزوله تعریف شود. بازیابی و بازسازی هویت، خصلت جامعه در حال جنب‌وجوش و ساختن است، از این رو مدام در حال چالش با «دیگری» و تلاش برای کشف «خود» است. «خود» با «دیگری» معنا پیدا می‌کند و هویت محصول «ارتباط» است. از این رو در تکاپوی اجتماعی امروز ایران و در روند هویت‌جویی نسل جوان «رسانه‌ها» نقشی اساسی دارند.

۴. تحولات اجتماعی تغییر در مفهوم هویت

مفهوم هویت بیش و پیش از آن که مستقیماً تحت‌تأثیر رسانه‌های جمعی قرار گیرد از متغیرهای اجتماعی اثر می‌پذیرد که رسانه‌ها به نوعی تجلی و انعکاس آنها هستند. معمولاً در پژوهش‌های ارتباطی برای رسانه‌ها بیشتر نقش محرک و یا تضعیف‌کننده در فرایند توسعه ملی قائل هستند و حتی آنها را محصول و نتیجه توسعه‌نیافتگی یا توسعه جامعه می‌دانند. خروج جامعه از پوسته سنتی و ورود به عرصه جدیدی از تغییرات به صورت طبیعی، همگان را در معرض تلقی جدیدی از مفهوم هویت قرار می‌دهد. این واقعیت است که در پیش‌روی غالب جوامع در حال توسعه قرار دارد.

انقلاب‌های عمیق فرهنگی و اجتماعی این روند را شتاب و شدت بیشتری می‌بخشند، چنان‌که جامعه اسلامی و انقلابی ایران امروز در پرتو انقلاب اسلامی و دگرگونی‌های برآمده از آن مواجه با چنین فرآیندی است. مفهوم نوینی که در پرتو اندیشه امام خمینی (ره) از هویت اسلامی و ایرانی شکل گرفت بر مکتبی الهی، با پیشینه‌ای درخشان، توانایی‌های ناشناخته و قدرت حضور جامعه ایرانی و اسلامی در دنیای جدید استوار بود. طبیعتاً این نگرش و عزم نو که بیشترین طرفداران خویش را در میان جوانان می‌یافت به انقلابی عظیم در سطوح گسترده فکری و فرهنگی در ایران و جهان اسلام انجامید، هویت اسلامی، ایرانی و انقلاب با ساز و کارهای گوناگون بازگشت به «خویش»، دفاع در برابر «غیر» و گفت‌وگو با «جهان‌نو» معنا شد. علاوه بر این دگرگونی فرهنگی می‌توان به برخی از عوامل جدید اجتماعی که متأثر از انقلاب اسلامی است اشاره کرد که بر روند جست‌وجوگری‌های نوین هویتی تأثیر گذاشته‌اند:

۱-۴. گسترش شهرنشینی و سوادآموزی: جامعه ایران در آستانه انقلاب اسلامی جامعه نیمه‌شهری و نیمه بی‌سواد بود. براساس سرشماری‌های مرکز آمار ایران در آبان‌ماه ۱۳۵۵، تنها ۴۷ درصد از جمعیت کشور در شهرها زندگی می‌کردند و ۴۷/۵ درصد از کل جمعیت باسواد محسوب

■ **هویت هم با هستی‌شناسی و مفهوم مشترک از زندگی و جهان و هم با رویکردی فردی و شخصی به جهان مرتبط است. هویت ترکیبی از همبستگی و انفراد است.**

■ **یکی از مهم‌ترین نقش‌های اجتماعی که رسانه‌های جمعی در جوامع در حال گذار به عهده دارند، چگونگی مشارکت آنها در فرایند توسعه ملی به‌طور عام و توسعه فرهنگی به‌طور خاص است.**

۳-۴. افزایش سطح تحرک اجتماعی زنان: تحت تأثیر تلقی‌های نو از مذهب، رفع موانع اجتماعی مشارکت، و رشد سطح اعتقاد عمومی به حضور زنان در فعالیت‌های اجتماعی که به‌طور خاص از نحوه حضور آنان در انقلاب، فتاوی‌های شجاعانه امام خمینی (ره) در این باب، و مصونیت ناشی از رعایت حجاب و موازین شرعی در جامعه حاصل شده است، امروز منزلت اجتماعی و فرهنگی زنان افزایش یافته و امکان دستیابی آنان به مدارج بالایی تحصیلی و مسئولیت فراهم شده است. بروز این پدیده به معنای ضرورت توجهی تازه به مقوله هویت در جامعه امروز ایران است. جدول شماره دو میزان رشد فزاینده زنان را در نظام آموزش عالی ایران طی سال‌های اخیر نشان می‌دهد.

۴-۴. اشتغال: رشد سریع کارفرمایان و کارکنان مستقل در بخش خصوصی اقتصاد طی دو دهه گذشته، با وجود رشد اندک کل شاغلان این بخش حاکی از پیدایش عامل انتخاب‌گر تازه‌ای در روند تحولات اجتماعی است. طی ۲۰ سال، ۱۳۵۵ تا ۱۳۷۵ شاغلان بخش خصوصی حدود ۳۷ درصد افزایش داشته است در حالی که کارفرمایان این بخش به حدود سه برابر رسیده‌اند (از ۱۸۲۲۲۹ نفر در سال ۱۳۴۴ به ۵۲۷۵۱۰ نفر در سال ۱۳۷۵)، (رضایی،

آغازین و نهادین این دو دهه نشان می‌دهد). روشن است که افزایش رشد شهرنشینی، سواد و آموزش عالی به معنای گسترش دامنه نفوذ رسانه‌های نوشتاری و غیرنوشتاری، دایره اطلاعات و ارتباطات و نهایتاً مشارکت و ارتقای قدرت انتخاب‌گری در زندگی فردی و اجتماعی، الگوی مصرف و تولید و حضور در عرصه‌های جامعه است. طبعاً این دگرگونی‌ها بر مقوله «هویت» به ویژه در قلمرو جوانان که عنصر اصلی این تحول هستند، اثر می‌گذارد و آن را به مفهومی که نیاز به تعریف جدید دارد، تبدیل می‌کند. به ویژه آن که مشارکت‌جویی فعال طبقات تحصیل‌کرده در ایران مقوله‌ای است که در مقاطع اجتماعی خاصی نظیر وقوع انقلاب اسلامی، دفاع مقدس، و رویداد دوم خرداد در انتخابات هفتمین دوره ریاست جمهوری بیشتر قابل مشاهده است.

می‌شدند. یافته‌های سرشماری نفوس و مسکن در سال ۱۳۷۵ نشان می‌دهد که بیش از ۵۶ درصد از جمعیت کشور شهرنشین شده‌اند و نزدیک به ۸۰ درصد جمعیت شش ساله و بالاتر کشور باسواد به حساب می‌آیند. نسبت باسوادی در مناطق شهری ۸۶ درصد و در مناطق روستایی قریب به ۷۰ درصد است. نسبت زنان باسواد کشور طی این دو دهه از ۳۶ درصد به بیش از ۷۴ درصد رسیده است که این نسبت برای زنان شهری حدود ۸۲ درصد و برای زنان روستایی ۶۲ درصد است.

۲-۴. رشد آموزش عالی: در سال ۱۳۷۵ بیش از ۱/۵ میلیون نفر در سراسر ایران مدرک تحصیلی دانشگاهی داشتند، که اگر این عده را به رقم دانشجویان در حال تحصیل اضافه کنیم، به رقمی بیش از ۲/۷ میلیون نفر دست خواهیم یافت. به عبارت دیگر، به‌طور متوسط در هر ۱۰ خانوار ایرانی دو نفر فارغ‌التحصیل یا مشغول به تحصیلات دانشگاهی بوده‌اند. جالب توجه آن که براساس سرشماری سال ۱۳۷۵، در مناطق روستایی ۱۳۷۸۲۳ نفر دارای مدارک تحصیلی دانشگاهی فوق‌دیپلم به بالا سکونت داشته‌اند. و این به معنای آن است که در هر روستای ایران ۲/۲۹ نفر تحصیل کرده دانشگاهی حضور دارد (جدول شماره یک نحوه توزیع افراد بالای شش سال شهر تهران را برحسب جنسیت و سطوح تحصیلی در مراحل

جدول شماره ۱: توزیع فراوانی افراد بالای ۶ سال تهران برحسب جنسیت و سطح تحصیلی در سال ۱۳۵۹ و ۱۳۷۵

| سال ۱۳۷۵ | | سال ۱۳۵۹ | | |
|------------|-----------|------------|-----------|--------------|
| مرد (درصد) | زن (درصد) | مرد (درصد) | زن (درصد) | |
| ۹/۱ | ۱۳/۷ | ۴/۴ | ۸/۲ | عالی |
| ۳۰/۷ | ۲۸/۱ | ۱۰/۲ | ۱۵/۹ | متوسطه دیپلم |
| ۱۹/۲ | ۲۳/۳ | ۲۰/۴ | ۱۵/۱ | راهنمایی |
| ۲۸/۸ | ۲۷/۷ | ۳۴/۴ | ۳۶/۸ | ابتدایی |
| ۱۲/۱ | ۸/۲ | ۳۰/۶ | ۱۶/۲ | بی‌سواد |

جدول شماره ۲: میزان رشد فزاینده زنان در نظام آموزش عالی ایران طی سال‌های اخیر

| سال آزمون | | تعداد داوطلب | | | | | تعداد پذیرفته شده | | |
|-----------|--------|--------------|--------|-------|---------|-------|-------------------|--------|--|
| زنان | مرد | درصد | مرد | درصد | جمع | زنان | درصد | جمع | |
| ۳۱۷۶۶۳ | ۵۱۳۴۸۹ | ۳۸/۲۲ | ۵۱۳۴۸۹ | ۶۱/۷۸ | ۸۳۱۱۵۲ | ۲۵۴۱۰ | ۳۰/۲۱ | ۸۳۰۹۸ | |
| ۳۵۷۴۳۰ | ۵۵۲۸۲۱ | ۳۹/۱۸ | ۵۵۲۸۲۱ | ۶۰/۸۲ | ۹۱۲۲۵۱ | ۴۱۳۲۴ | ۳۴/۲۷ | ۱۲۰۶۱۰ | |
| ۳۹۷۲۲۴ | ۶۲۱۳۵۴ | ۳۹/۰۱ | ۶۲۱۳۵۴ | ۶۰/۹۹ | ۱۰۱۸۷۷۸ | ۴۵۰۹۲ | ۳۴/۳۹ | ۱۲۱۱۲۷ | |
| ۴۵۶۶۵۳ | ۶۵۵۹۳۴ | ۴۱/۰۲ | ۶۵۵۹۳۴ | ۵۸/۹۶ | ۱۱۱۲۵۸۷ | ۴۶۲۱۰ | ۳۷/۳۵ | ۱۲۳۷۳۸ | |
| ۵۲۱۲۱۹ | ۶۷۴۹۲۸ | ۴۳/۵۸ | ۶۷۴۹۲۸ | ۵۶/۴۲ | ۱۱۹۶۳۶۷ | ۴۸۴۹۴ | ۴۰/۱۹ | ۱۲۰۶۶۳ | |
| ۵۱۴۵۱۳ | ۶۱۱۵۱۳ | ۳۵/۶۹ | ۶۱۱۵۱۳ | ۵۴/۳۱ | ۱۱۲۶۰۲۶ | ۵۸۰۸۲ | ۴۷/۲۶ | ۱۲۲۹۰۸ | |
| ۳۱۲۵۵ | ۲۲۶۴۸ | ۵۷/۹۸ | ۲۲۶۴۸ | ۴۲/۰۲ | ۵۳۹۰۳ | ۲۳۰۰ | ۵۵/۸۴ | ۷۷۰۱ | |
| ۵۳۵۷۶۸ | ۶۳۴۱۶۱ | ۴۶/۲۵ | ۶۳۴۱۶۱ | ۵۳/۷۵ | ۱۱۷۹۹۲۹ | ۶۲۳۸۲ | ۴۷/۷۶ | ۱۳۰۶۰۶ | |
| ۵۱۲۵۰۲ | ۵۵۰۱۶۲ | ۴۸/۲۳ | ۵۵۰۱۶۲ | ۵۱/۷۷ | ۱۰۶۲۶۶۴ | ۵۵۸۴۶ | ۴۸/۹ | ۱۱۴۲۲۲ | |
| ۹۵۳۷۱ | ۷۳۳۶۵ | ۵۶/۱۹ | ۷۳۳۶۵ | ۴۳/۸۱ | ۱۶۹۷۳۶ | ۱۱۵۰۸ | ۵۲/۱ | ۲۲۱۰۳ | |
| ۶۰۷۸۷۳ | ۶۲۲۵۲۷ | ۴۹/۳۲ | ۶۲۲۵۲۷ | ۵۰/۶۸ | ۱۲۳۲۴۰۰ | ۶۷۳۵۲ | ۴۹/۲ | ۱۳۶۳۳۵ | |
| ۵۳۶۲۱۸ | ۵۵۳۱۷۲ | ۴۹/۲ | ۵۵۳۱۷۲ | ۵۰/۸ | ۱۰۸۹۳۹۰ | ۴۹۱۶۶ | ۵۰/۶ | ۹۷۳۵۸ | |
| ۱۹۳۷۳۷ | ۱۳۶۵۷۱ | ۵۸/۶ | ۱۳۶۵۷۱ | ۴۱/۴ | ۳۳۰۳۰۸ | ۲۳۵۱۵ | ۵۵/۹ | ۲۲۰۷۸ | |
| ۷۲۹۹۵۵ | ۶۸۹۷۲۳ | ۵۱/۴ | ۶۸۹۷۲۳ | ۴۸/۶ | ۱۴۱۹۶۹۸ | ۷۲۶۸۱ | ۵۲/۱ | ۱۳۹۴۳۶ | |

* آمار پذیرفته‌شدگان سال ۱۳۷۰ بدون احتساب پیام نور و شبانه می‌باشد.

می‌گذارد، به ویژه آن که روند رشد این قبیل مطبوعات در سال‌های اخیر چه به لحاظ کمی و چه به لحاظ کیفی چشمگیر بوده است. جدول شماره ۳ آخرین وضعیت انتشار مطبوعات را در ایران نشان می‌دهد.

۴-۶. گفتمان‌های نو: بدون تردید دگرگونی در گفتمان‌های مطرح هم در عرصه ملی و هم در عرصه بین‌المللی بر مفهوم هویت جوانان تأثیر می‌گذارد. انقلاب اسلامی ایران به تعبیر امام خمینی انفجار نور بود و فضای فکری تازه‌ای در قلمرو جامعه و

۴-۵. نهادهای جدید مدنی: در جوامع در حال گذار نظیر ایران بسیاری از نهادهای مدنی در حال دگرگونی، تضعیف و یا تقویت بوده و هستند. آثار تقویت یا تضعیف این نهادها بر فرایند تغییرات هویتی به ویژه در قلمرو جوانان به روشنی قابل مشاهده است. برای نمونه در ایران نهادهای مطبوعات و دانشگاه و غیاب احزاب و نهادهای سیاسی و صنفی، کارکردهای خاص فرهنگی و سیاسی دارند. رشد مطبوعات و گسترش دامنه مطبوعات تخصصی و حرفه‌ای طبیعتاً بر تکوین هویت‌های جدید به نوعی تأثیر

۱۳۷۷، ص ۱۳۳). در این مدت تعداد مزدبگیران و حقوق‌بگیران این بخش ۶/۵ درصد و تعداد کارکنان مستقل آن ۱۸۹ درصد افزایش داشته‌اند. این به معنای ورود بخش چشمگیری از صاحبان مشاغل به عرصه تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی است که طبیعتاً به دلیل استقلال خویش از قدرت و امکان انتخاب بیشتر در راه و رسم زندگی، الگوی مصرف و حوزه سیاست و فرهنگ برخوردار هستند و به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر قلمرو ارزشی و هنجاری جامعه و نهایتاً ساخت هویتی آن تأثیر می‌گذارند.

جدول شماره ۴: توزیع فراوانی نشریات در حال انتشار ایران در سال ۱۳۷۷ برحسب مورد

| نوع نشریات | تعداد | درصد |
|----------------|-------|------|
| محلی | ۱۹۳ | ۲۲/۹ |
| علمی - تخصصی | ۲۴۰ | ۲۰/۳ |
| فرهنگی | ۱۲۰ | ۱۴/۲ |
| روزنامه سراسری | ۳۵ | ۴/۲ |
| سیاسی | ۲۳ | ۵/۱ |
| زنان و خانواده | ۱۶ | ۱/۹ |
| ورزشی و جوانان | ۶۲ | ۷/۳ |
| کودک و نوجوان | ۳۱ | ۳/۸ |
| سایر | ۲ | ۰/۳ |
| جمع | ۸۴۳ | ۱۰۰ |

با مسائل اجتماعی روی آورده‌اند به نحو قابل ملاحظه‌ای به معنویت و نگرش‌های فراسوی مادی نیز گرایش پیدا کرده‌اند. تلفیق این دو رویکرد نیاز به عرضه روزآمد موارث و منابع دینی و فرهنگی و افزایش قدرت پاسخگویی دین دارد. در حقیقت ارائه چهره کارآمد دین در جهان امروز می‌تواند فاصله میان این دو گرایش را پر کند و به شکاف‌های متداول میان مقوله‌های دنیوی و اخروی پایان بخشد. به این ترتیب هویت تعریف شده در چنین میانه‌ای، فارغ از گسستگی‌های رایج میان عدالت، آزادی و دین بوده و قدرت انسجام دادن به خواسته‌ها و آرمان‌های جوانان را در آستانه قرن بیست‌ویکم خواهد داشت.

۵-۳. شبکه‌ای شدن ارتباطات: رشد ارتباطات شبکه‌ای عملاً قدرت متمرکز را در ساخت فرهنگی کاهش داده و با ارائه انواع خدمات اطلاع‌رسانی از طریق شبکه مجموعه‌های فرهنگی، علمی، اقتصادی و سیاسی را سامان خواهد داد. در این شبکه‌ها به یقین ساختارها و نهادهای جدید هویت‌ساز در عرصه مدیریت، فرهنگ و سیاست ظاهر می‌شوند. این شبکه‌ها الگوهای آموزش، کار و اوقات فراغت را به آسانی می‌توانند تغییر دهند.

۵-۴. دوسویه شدن ارتباطات: ارتباطات جدید براساس مخاطب فعال، آغازگر و انتخاب‌کننده مبتنی است، از این‌رو هویت افراد نه در مونولوگ و گفت‌وگوی یک‌طرفه بلکه در فرایند و دیالوگ و گفت‌وگوی بین‌الطرفینی شکل می‌گیرد.

۵-۵. همگانی شدن و همگرایی میان رسانه‌ها: اکنون مرزهای ملی به سادگی توسط رسانه‌های جهان در حال عبور است. رسانه‌های پویا با امتداد زمانی مثل صدا، تصویر متحرک و رسانه‌های ایستا مکانی مثل تصویر ساکن و متن عملاً در نظام‌های چند رسانه‌ای درهم آمیخته‌اند و

■ رسانه‌ها به تنهایی نه سرچشمه درد هستند و نه سرآغاز درمان.
 ■ رسانه‌ها همان‌گونه که می‌توانند با دامن‌زدن به نقش «آینده زدگی» و تسلیم در برابر جبر فن‌آوری مخاطبانی منفعل تربیت کنند، قدرت آن را دارند که با دعوت جامعه به بازشناسی و بازآفرینی فرهنگی و بازگشت به خویش مخاطبانی پویا و انتخابگر را پرورش دهند.

۵-۱. رشد بومی‌گرایی (Localism) و ملیت‌گرایی (Nationalism) در برابر جهانی‌گرایی (Globalism):
 جامعه جدید مواجه با رشد سطوح خود تصمیم‌گیری و خودمختاری فرهنگی در برابر گسترده‌ترین امواج جهانی‌گرایی و یکپارچگی است. حاصل این توازی سربرآوردن مفهوم تازه‌ای است که جهانی‌شدن فرهنگ را به معنای غربی‌شدن فرهنگ نمی‌داند و سر آن دارد که سهم عادلانه‌ای از مشارکت در ساخت فرهنگی جهان را به خود اختصاص دهد. در این صورت‌بندی اثر پخش محدود (Narrowcasting) رسانه‌ها در کنار پخش گسترده و جهانی (Broadcasting) در شکل‌دهی هویت، در خور توجه است.
 ۵-۲. رشد معنویت‌گرایی (Spritualism) در برابر عقل‌گرایی (Rationalism)
 جوامع جدید همان‌گونه که به سوی نوعی عقلانیت و خودانتقادی در مواجهه

سیاست ایجاد کرد. در دهه‌های اخیر فرهنگ گفت‌وگو، همدلی، وفاق، قانون‌گرایی، مشارکت و مدارا در جامعه چهره غالبی به خود گرفت و مفهوم هویت از این گفتمان‌ها اثر پذیرفت. میانه روی و اعتدال جانمایه گفتمان‌های جذابی است که به نحوی با اقبال نسل جوان نیز مواجه شد. آنچه در انتخابات ریاست‌جمهوری ایران در سال ۱۳۷۶ بروز یافت تا حدود زیادی حاصل رشد گفتمانی بود که انقلاب سیاسی را در جامعه به مقدار زیادی کاهش داد (عبدی، ۱۳۷۷، ص ۱۰۳)

۵. چالش‌ها:

در کنار متغیرهای اجتماعی و فرهنگی درونی که بر مقوله هویت فردی و اجتماعی تأثیر می‌گذارند، باید برخی چالش‌ها و فن‌آوری‌های مؤثر در عرصه بین‌المللی را نیز افزود. عمده‌ترین این عوامل عبارتند از:

نظام همگرا و مؤثری را در ارتباطات
جمعی و میان فردی به وجود آورده‌اند.

۶. راهبردها

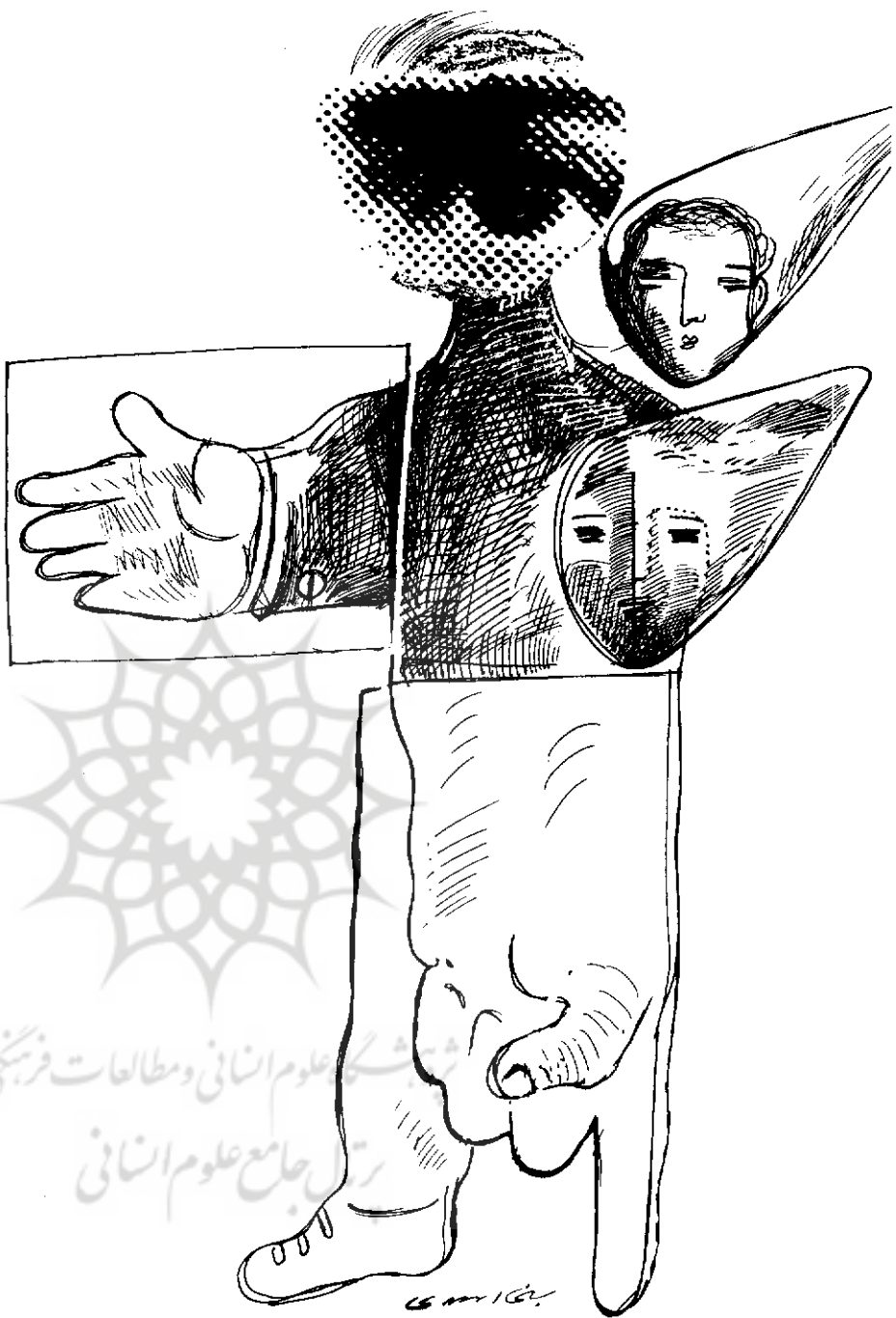
در برابر این چالش‌ها و فن‌آوری‌ها
برای حفظ هویت فرهنگی درجهان امروز
راهبردهای گوناگون مطرح شده است.
برخی از عمده‌ترین این راهبردها عبارتند
از:

۶-۱. تنوع و تعددیابی و گوناگونی
فرهنگی در برابر همشکلی فرهنگی، این‌که
آیا افراد از نظر ایده‌ها و نگرش‌ها و
کالاها، مورد مصرف باید یکسان باشند،
یا تفاوت و تنوع یک پدیده طبیعی است.
در ایده چند فرهنگی متفاوت بودن، از
جمله متفاوت بودن در علایق و تمایلات
فرهنگی یک حق و لذا یک امر طبیعی
شمرده می‌شود در حالی که براساس ایده
تک فرهنگی، همه افراد باید خود را با یک
نگرش واحد منطبق سازند.

۶-۲. مقابله نظام‌های ارزشی موجود
در برابر همزیستی این ارزش‌ها، این‌که
نظام‌های ارزشی ناشی از فرهنگ‌های
دینی، ملی، قومی و فراملی با یکدیگر در
تعارض هستند یا می‌توان به نوعی
همزیستی میان آنها رسید در ایده تقابل
دشمنی و دوستی، «ما»، «غیرما»،
«خودی»، «غیرخودی» معنا دارد. در ایده
همزیستی تفاوت‌های ناشی از قراردادهای،
جای تفاوت‌های طبیعی و عینی را
می‌گیرند. البته این دو نگرش هر دو طیف
گسترده‌ای را تشکیل می‌دهند.

۶-۳. جامعه باز اطلاعاتی در برابر
جامعه بسته اطلاعاتی، این‌که آیا می‌توان
از طریق ابزارها و سیاست‌های خاص از
نظر آزاد اطلاعات جلوگیری کرد یا
تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی راه را بر این
امر بسته‌اند.

۶-۴. زندگی خصوصی در برابر
گستره عمومی، این‌که آیا می‌توان با
حضور فن‌آوری‌های نوین ارتباطی حریم



■ رسانه‌های جمعی می‌توانند به تناسب سیاست‌ها و راهبردهایی که
در انطباق یا گسستگی با هدف‌های توسعه ملی انتخاب می‌کنند، به
پایداری یا تغییر ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی کمک کنند.

■ جامعه جوان بیشتر در پی کسب هویت است و هویت نمی‌تواند به
صورت غیرپویا و ایزوله تعریف شود.

■ مفهوم هویت بیش و پیش از آن که مستقیماً تحت تأثیر رسانه‌های جمعی قرار گیرد از متغیرهای اجتماعی اثر می‌پذیرد که رسانه‌ها به نوعی تجلی و انعکاس آنها هستند.

■ خروج جامعه از پوسته سنتی و ورود به عرصه جدیدی از تغییرات به صورت طبیعی، همگان را در معرض تلقی جدیدی از مفهوم هویت قرار می‌دهد.

زندگی خصوصی افراد را حفظ کرد یا این که باید به نفع گستره عمومی از برخی حریم‌ها چشم پوشید.

۶-۵. مشارکت فرهنگی در برابر انحصار فرهنگی، این که آیا همه افراد را می‌توان و باید در فرآیند تولید و مصرف کالاهای فرهنگی درگیر کرد یا فرهنگ در انحصار یک گروه نخبه یا اهل ایدئولوژی باید باقی بماند. لازمه مشارکت، فراهم آوردن نهادها و ساز و کارهایی برای درگیر کردن مدام افراد در حوزه فرهنگ و خارج کردن آن از این پدیده تجلی و زاید است.

۶-۶. آفرینش فرهنگی به اتکا صرف عناصر گذشته در برابر آفرینش فرهنگی با ارائه تازه موارث فرهنگی، این که خلاقیت با استفاده مطلق از عناصر و نهادهای فرهنگی گذشته امکان‌پذیر است یا با غفلت از آنها و چنگ زدن به فرهنگ‌های دیگر یا بازخوانی و عرضه نو آنچه به عنوان میراث در اختیار هست، دو سوی راهبردهای جدید فرهنگی را برای تعریف هویت تشکیل می‌دهند.

۶-۷. رقابت مؤسسات فرهنگی ملی با مؤسسات فرهنگی منطقه‌ای و بین‌المللی در سطح ملی در برابر رقابت در سطح بین‌المللی، این که آیا مؤسسات فرهنگی ملی تنها موظف هستند با مؤسسات فرهنگی منطقه‌ای و بین‌المللی رقابت کنند یا این رقابت میان خود مؤسسات در سطح ملی و میان مؤسسات فرهنگی داخلی و بین‌المللی در سطح

۹-۶. مخاطب منفعل در برابر مخاطب فعال: رسانه‌های یک سویه مخصوصاً رادیو و تلویزیون مخاطب را منفعل نگاه می‌دارند اما شبکه‌های اطلاع‌رسانی و بزرگراه‌های اطلاعاتی و نیز ارتباطات کابلی امکان رابطه دو سویه را فراهم آورده‌اند. اکنون یک چالش جدی میان رسانه‌هایی که مخاطب را منفعل می‌خواهند و رسانه‌هایی که او را فعال می‌خواهند درگیر است. در رسانه‌های نوع دوم میزان اختیار و آزادی انتخاب مخاطبان در حوزه کالاهای فرهنگی و هنری افزایش می‌یابد اما خود باید در این فرایند، مشارکت بیشتری از خود نشان دهند.

۱۰-۶. رسانه سالاری در برابر دستکاری افکار، این که رسانه‌ها هستند که ذوق و سلیقه فرهنگی و هنری مردم را شکل می‌دهند یا آنها فقط این سلیقه را انعکاس می‌دهند و حداکثر می‌توانند در هندسه این سلیقه دستکاری کنند.

۷. نتیجه‌گیری

جوامع اسلامی اکنون با چنین چشم‌اندازهایی رویاروی نیازهای فزاینده جوانانی هستند که می‌خواهند در قرن بیست‌ویکم مسلمان زندگی کنند، دارای «هویت» مسلمانی باشند و پیشینه، فرهنگ و تمدن خویش را برای نسل‌های بعد نیز با زبانی نو عرضه دارند. آنان از یک

بین‌المللی نیز باید جاری باشد. دو طیف راهبردی در این عرصه است، و این چالش ناشی از دو نوع تفسیر از هویت است. براساس یک تفسیر هویت ملی در رقابت با دیگران تقویت می‌شود. اما در تفسیر دیگر، هویت یک پدیده سیاسی است و از وجوهی برآیند رقابت مؤسسات ملی با یکدیگر و رقابت مؤسسات ملی با مؤسسات فراملی در دو سطح ملی و فراملی است.

۸-۶. تقویت یک نظام ارسال و دریافت در سطح ملی تحت مالکیت متمرکز در برابر تنوع بخشی به نظام‌های ارسال و دریافت مستقل و متعدد، این که آیا فعالیت رسانه‌ای باید در محدوده دولت - ملت‌ها باقی بماند یا باید فراتر از آن نیز گسترش یابند، در نگاه اول، حد گسترش و پوشش رسانه‌ها یک دولت - ملت است اما در نگاه دوم هیچ حدود مرزی بجز ظرفیت‌های رسانه‌ای باقی نمی‌ماند.

■ افزایش رشد شهرنشینی، سواد و آموزش عالی به معنای گسترش دامنه نفوذ رسانه‌های نوشتاری و غیرنوشتاری، دایره اطلاعات و ارتباطات و نهایتاً مشارکت و ارتقای قدرت انتخاب‌گری در زندگی فردی و اجتماعی، الگوی مصرف و تولید و حضور در عرصه‌های جامعه است.

■ بدون تردید دگرگونی در گفتمان‌های مطرح هم در عرصه ملی و هم در عرصه بین‌المللی بر مفهوم هویت جوانان تأثیر می‌گذارد.

■ **جوامع جدید همان‌گونه که به سوی نوعی عقلانیت و خودانتقادی در مواجهه با مسائل اجتماعی روی آورده‌اند به نحو قابل ملاحظه‌ای به معنویت و نگرش‌های فراسوی مادی نیز گرایش پیدا کرده‌اند.**

■ **رشد ارتباطات شبکه‌ای عملاً قدرت متمرکز را در ساخت فرهنگی کاهش داده و با ارائه انواع خدمات اطلاع‌رسانی از طریق شبکه مجموعه‌های فرهنگی، علمی، اقتصادی و سیاسی را سامان خواهد داد.**

پایدار (آموزش و تربیت) و ناپایدار (بخش عمومی و رسانه‌ای) فرهنگ به عنوان «واسطه» و «مترجم» میان بخش‌ها و نسل‌های جامعه

۷-۷. کم‌کردن فاصله میان پیشرفت‌های فن‌آرانه و ساختار و نظام‌سنجی ارتباطی و اطلاع‌رسانی. □

* این مقاله در آذرماه سال ۱۳۷۷ در کنفرانس بین‌المللی «هویت مسلمانان در قرن بیست و یکم و چالش‌های مدرنیته» در مؤسسه مطالعات شرقی و آفریقایی دانشگاه لندن ارائه شده است.

منابع:

الف: فارسی

۱. احمدی، بابک. معماری مدرنیته، نشرمرکز، تهران، ۱۳۷۷.
۲. رضایی، علی. «نیمه پهلویان» در انتخاب نو، انتشارات طرح نو، تهران ۱۳۷۷.
۳. عبدی، عباس. «هسته نامرئی انتخابات اخیر» در انتخاب نو، انتشارات طرح نو، تهران ۱۳۷۷.
۴. فوکو، میشل. ایرانی‌ها چه رویایی در سر دارند؟ ترجمه حسین معصومی همدانی، انتشارات هرمس، تهران ۱۳۷۷.
۵. کمبسیون ملی یونسکو در ایران: دستورکار بین‌المللی کنفرانس بین‌الدول سیاست‌های فرهنگی برای توسعه تهران، ۱۳۷۷.
۶. مرکز آمار ایران، سرشماری ۱۳۷۵، گزارش‌های ۱۳۱۳۰ و ۱۳۱۳۱

ب: انگلیسی

1. Giddens, A, "The Consequences of Modernity", Cambridge, 1930.
2. Harrey, D, "The Conditions of Postmodernity", Oxford, 1990.
3. Kellner, D, "Popular Culture and the Construction of Postmodern Identities" in S Lash and J. Friedman "Modernity and Identity", Oxford, 1992.
4. Laclau, E New "Reflections on the Revolution of Our Time", London 1990.

سو حاصل بهره‌برداری بی‌رویه از منابع و سرمایه‌های دینی خویش را به بهانه پاسداری از سنت و حفظ هویت دیده‌اند و از سوی دیگر نتیجه برخوردهای از سرشیفتگی و تسلیم را با دنیای جدید نیز تجربه کرده‌اند. آنان رویکردهای واپس‌گرایانه را با جهان نو به معنای «صالت» می‌دانند و نه سرسودای هضم و انحلال در تمدن صنعتی جدید را دارند. منطق این نسل گفت‌وگو، درک منطقی از دنیای جدید و پاسداری روزآمد از موارث دینی است. این نیاز است که او را به انتخابی آزاد براساس فطرت پاک انسانی و ارزش‌های پایدار دینی از جهان کنونی می‌کشاند. آزادی در اندیشه، منطق در

رسانه‌ها در تکوین هویت نیز واقعی خواهد شد. در آن صورت نقش سازنده رسانه‌ها در این فرایند عبارت خواهد بود از:

۷-۱. بازآفرینی فرهنگ بومی و غلبه بر عوارض ناشی از گسستگی تاریخی

۷-۲. برقراری پیوند میان جهان و جامعه (تبادل فرهنگی)

۷-۳. کاهش از هم‌گسیختگی درون بخشی و میان بخشی و حل تعارض‌های

■ ارتباطات جدید براساس

مخاطب فعال، آغازگر و

انتخاب‌کننده مبتنی است، از

این‌رو هویت افراد نه در

مونولوگ و گفت‌وگوی یک‌طرفه

بلکه در فرایند و دیالوگ و

گفت‌وگوی بین‌طرفینی شکل

می‌گیرد.

اجتماعی (فرهنگ سنتی و مدرن، فرهنگی ملی و پاره فرهنگ‌ها، شکاف میان نسل‌ها و گروه‌های اجتماعی ...)

۷-۴. ارتقای حیات و هویت مدنی و تقویت فرهنگ مشارکت، رقابت و گفت‌وگو

۷-۵. پاسداری از عناصر انسجام بخش اجتماعی و فرهنگی در گذار شتابان توسعه (دین، زبان، تاریخ و ... در برابر هجوم‌های فرهنگی)

۷-۶. متوازن کردن نسبت میان اجزاء

سوی خود تولید اندیشه و سامان‌دهی فرهنگی است. تفکر باید در کانون‌های اندیشه اعم از حوزه‌ها و دانشگاه‌ها به غنا، باروری و کارآمدی مطلوب برسد و آن‌گاه توسط رسانه‌های جمعی با زبان مناسب عرضه شود. تا زمانی که کانون اندیشه در رسانه‌های جمعی متمرکز شود حاصل آن تنها تقویت فرهنگی جمعی و نه تعمیق فرهنگی پایدار است. اما زمانی رسانه‌ها، رساننده اندیشه‌ها می‌شوند که در مراکز اصلی خود تولید می‌شوند سطح انتظار از